**Сыр в Казахстане**

**Заголовки**

• Розничные продажи в стоимостном измерении увеличились на 12%, а продажи в физическом измерении увеличились на 1% в 2016 году, что достигло 100 миллиардов тенге и 47,000 тонн соответственно.

• Самое высокое потребление сыра на душу населения зафиксировано в крупных городских районах, таких как Алматы и Астана.

• Продажи в стоимостном измерении на все виды сыров увеличились на 11-12% в 2016 году

• Средняя цена сыра на единицу продукции повысилась на 11% в 2016 году

• Компания «Гадячсыр» стала ведущей компанией в 2016 году с 14%-ной долей розничных продаж

• В течение прогнозируемого периода при постоянных ценах на 2016 год ожидается среднегодовой темп роста розничных цен в 3%, чтобы достичь 115 миллиардов тенге в 2021 году

**Тренды**

• Сыр считается дорогим видом продукции в Казахстане. Наибольшее потребление сыра наблюдалось в крупных городских районах, таких как Астана и Алматы, где потребители, как правило, имеют самую высокую покупательную способность. Были случаи, когда производители сыра вводили в заблуждение потребителей, предлагая продукты, которые напоминали сыр, но были сделаны из растительного масла. Тем не менее, местные потребители не очень хорошо осведомлены о различии между подлинным и поддельным сыром и не могут отличить их. В 2016 году основными проблемами сыра в Казахстане были качество продукции и наличие контрафактной продукции.

• Продажи в стоимостном измерении выросли на 12% в 2016 году и достигли 100 миллиардов тенге. Рост текущей стоимости в 2016 году был медленнее, чем совокупный среднегодовой темп роста в 18%. обзорного периода. Рост стоимости препятствовался медленным ростом объема продаж. Местные потребители предпочли экономически выгодные и стандартные бренды к концу обзорного периода под влиянием вялого экономического развития страны.

• Плавленые, непереработанные и мягкие сыры зафиксировали аналогичный рост продаж в стоимостном измерении в 2016 году. Продажи в стоимостном измерении необработанного сыра были, безусловно, самой большой подкатегорией. Основная причина заключается в том, что потребители считают непереработанный сыр более естественным и здоровым, чем другие виды сыра. Плавленый сыр воспринимается как более химический вариант. Тем не менее, в 2016 году широкий ассортимент продукции, предлагаемый международными производителями, привел к дальнейшему положительному росту значений как стоимости, так и объемов плавленых сыров в виде спредов, так и других видов плавленого сыра.

• Средняя цена сыра на единицу продукции выросла на 11% в 2016 году. Основной проблемой для производителей было недостаточное количество непереработанного молока. Таким образом, цена непереработанного молока была относительно высокой, что способствовало повышению цен на готовые продукты, такие как сыр.

• В 2016 году наблюдался более быстрый рост объема продаж упакованного сыра, чем неупакованного, что соответствовует широкой тенденции на упакованную еду. Развитие современных бакалейных розничных сетей, предлагающих упакованный сыр, содействовало развитию этой тенденции.

• В Казахстане производители предложили широкий ассортимент необработанного сыра как брынза и фета. Благодаря увеличению ассортимента импортированных брендов и развитию европейской кухни в Казахстане в страну вошли больше видов сырья, включая моцареллу, фету и бри.

• Маркетинговые кампании для сыра в Казахстане не были достаточно сильны. Производители не сосредоточили внимание потребителей на происхождении определенных продуктов сыра, таких как грузинского, итальянского, греческого или нидерландского. В советское время сыр, произведенный в Грузии, был популярен в Казахстане. Таким образом, потребители в Казахстане знакомы с грузинской кухней и продолжают покупать традиционный сыр этой страны.

• В 2016 году был повышенный спрос на плавленный сыр на развес. Этот сыр был произведен местными компаниями и поставлялся магазинам в больших 5-10-литровых банках, затем предварительно упаковывался розничными сетями в пластмассовые коробки для продажи. Повышенный интерес к таким продуктам произошел из-за низких цен на них; и производители, и потребители сделали сбережения, потому что не было никаких дополнительных расходов на упаковку.

• В 2016 году основными розничными каналами продаж для сыра в Казахстане были независимые мелкие бакалейные магазины и другие бакалейные розничные сети, с 49%-й и 32%-й долей продаж в стоимостном измерении, соотвественно.

**Конкурентная Среда**

• В 2016 году компания «Гадячсыр» стала ведущей компанией с 14%-й долей продаж в стоимостном измерении. Компания предложила типы сыров, которые потребители привыкли есть; их продукты хорошо известны местным потребителям. Даже при том, что цены «Гадячсыра» были сравнительно высоки, потребители отдали предпочтение украинскому производителю сыров из-за того, что они были лучшего качества и вкуса.

• Больше всего увеличились продажи в физическом измерении в 2016 году у компании «Hochland Russland», составив 28%. Разнообразие предложения продуктов компании было увеличено за счет нескольких выпускаемых продуктов-новинок, такими как сливочные сыры фетакса и маасдам.

• В Казахстане продолжают доминировать сыры международных компаний. Многие ведущие бренды являются производителями России, Украины и Беларуси. Международные производители добились успеха из-за высококачественной продукции, стабильной логистики и поставки. Многие международные компании проявили гибкость, предложив специальные промоушн предложения и скидки. Местные игроки рынка привлекли потребителей более низкими ценами. Однако, для отечественных производителей было трудно конкурировать с украинскими компаниями по цене. Кроме того, у Казахстана есть ограниченный доступ к качественному молоку, требуемого для производства сыра; Объемы надоя молока в стране невысоки как в России и Украине. Поэтому местные производители посчитали приобретение местного молока дорогим, а производство сыра невсегда невыгодным.

• Местный производитель Food Master, член международной компании Lactalis Group, запустил производство мягких сыров, таких как: Président Salads в форме кубиков; Président 12 Petits Chèvres Doux; Midi Galbani Bocconcini 8; и Galbani Toast Mozzarella. Компания сосредоточились на удобстве новых произведенных продуктов: все продукты были разрезаны на кубики или в другие формы, таким образом, чтобы потребители могли сразу использовать их для салатов или других блюд.

• Небольшая местная компания Saba Food продолжала развиваться в 2016 году. Компания производит Mozzarella, Buratta и Ricotta. Однако бренду Saba Food’s Mia было трудно конкурировать с международными производителями из-за одинаковых средних цен за единицу товара. Поэтому компания рекомендовала себя как производитель свежих и натуральных продуктов, из-за недолгосрочного срока годности сыра Mia.

• Бренды Komo и Président очень часто рекламировались на телевидении и интернете.

• В целом, сыр в Казахстане рассматривается как премиальный тип продукта. Большинство брендов было импортировано, в то время как местные производители производили дорогой сыр из-за высокой стоимости производства. Некоторые бренды предложили низкие цены за единицу товара; однако, такие продукты сыра были восприняты как ненастоящие.

**• Перспективы**

• В прогнозный период Казахстан ожидает более стабильная экономическая ситуация и увеличенная покупательная способность среди потребителей. Поэтому больше потребителей будет в состоянии позволить себе купить дорогие виды продовольствия, такие как сыр. Потребление сыра на душу населения (при объеме и стоимости по постоянным ценам 2016 года) вырастет из-за увеличения спроса населения на сыр.

При постоянных ценах 2016 года совокупный среднегодовой темп роста цен розничных сетей в 3% розничной стоимости, рассчитанный на прогнозный период, медленнее, чем 11% совокупного среднегодового темпа роста обзорного периода. Более медленный прогноз роста обусловлен ожидаемым увеличением спроса на стандартные и экономичные бренды сыра и их доступностью.

• В прогнозном периоде в текущих условиях средняя цена за единицу товара увеличится из-за инфляции и все еще высокой доли импортированных брендов.

• Будет непрерывное соревнование между местными и международными производителями в прогнозном периоде. В ближайшей перспективе не ожидается, что отечественные компании заменят все импортированные бренды. Большинство местных производителей не могут конкурировать с производственными мощностями, качеством продуктов или низкими ценами многих международных брендов. Дефицит непереработанного молока страны для производства сыра может остаться проблемой и создать барьеры для развития местных производителей.

• Все запуски нового товара, позиционируемого как из экономических и стандартных сегментов, в прогнозный период представятся положительно. Новые премиум-бренды привлекут узкую базу потребителей с высокой покупательной способностью.

**Данные по категориям**

***Таблица 1 Продажи Сыра по Категориям обьем за 2011-2016***

| '000 тонн | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Переработанный сыр | 4.41 | 4.47 | 4.55 | 4.68 | 4.81 | 4.85 |
| - Плавленый сыр в виде спреда | 3.70 | 3.74 | 3.81 | 3.92 | 4.04 | 4.08 |
| - Другие плавленые сыры | 0.71 | 0.73 | 0.74 | 0.76 | 0.77 | 0.77 |
| Непереработанный сыр | 32.10 | 33.90 | 35.94 | 37.41 | 38.30 | 38.64 |
| - Твердый сыр | 30.20 | 31.90 | 33.83 | 35.19 | 36.04 | 36.36 |
| -- Упакованный твердый сыр | 12.25 | 13.54 | 15.02 | 16.01 | 16.54 | 16.72 |
| -- Неупакованный твердый сыр | 17.95 | 18.36 | 18.81 | 19.18 | 19.50 | 19.64 |
| - Мягкий сыр | 1.90 | 2.00 | 2.11 | 2.21 | 2.26 | 2.28 |
| Сыр | 36.52 | 38.37 | 40.49 | 42.08 | 43.11 | 43.49 |

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

***Таблица 2 Продажи сыра по категориям: стоимость за 2011-2016***

| Миллиард тенге | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Переработанный сыр | 5.10 | 5.63 | 6.11 | 7.79 | 8.87 | 9.90 |
| - Плавленый сыр в виде спреда | 4.07 | 4.50 | 4.87 | 6.22 | 6.95 | 7.76 |
| - Другие плавленые сыры | 1.03 | 1.13 | 1.24 | 1.57 | 1.92 | 2.14 |
| Непереработанный сыр | 38.47 | 43.91 | 50.07 | 65.02 | 80.90 | 90.17 |
| - Твердый сыр | 36.00 | 41.14 | 46.99 | 61.00 | 75.92 | 84.62 |
| -- Упакованный твердый сыр | 19.44 | 23.00 | 27.07 | 35.61 | 44.58 | 49.79 |
| -- Неупакованный твердый сыр | 16.56 | 18.14 | 19.93 | 25.39 | 31.34 | 34.83 |
| - Мягкий сыр | 2.47 | 2.77 | 3.08 | 4.02 | 4.98 | 5.55 |
| Сыр | 43.57 | 49.54 | 56.18 | 72.81 | 89.77 | 100.06 |

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

***Таблица 3 Продажи сыра по категориям: рост объема % 2011-2016***

| % роста обьема | 2015/16 | 2011-16 CAGR | 2011/16 Total |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |
| Переработанный сыр | 0.94 | 1.91 | 9.92 |
| - Плавленый сыр в виде спреда | 0.92 | 1.97 | 10.23 |
| - Другие плавленые сыры | 1.05 | 1.61 | 8.31 |
| Непереработанный сыр | 0.88 | 3.78 | 20.36 |
| - Твердый сыр | 0.88 | 3.78 | 20.39 |
| -- Упакованный твердый сыр | 1.07 | 6.42 | 36.50 |
| -- Неупакованный твердый сыр | 0.72 | 1.81 | 9.39 |
| - Мягкий сыр | 0.95 | 3.69 | 19.88 |
| Сыр | 0.89 | 3.56 | 19.09 |

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

***Таблица 4 Продажи сыра по категориям: рост стоимости % за 2011-2016***

| % роста текущей стоимости | 2015/16 | 2011-16 совокупный среднегодовой темп роста | 2011/16 Итого |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |
| Переработанный сыр | 11.54 | 14.17 | 93.96 |
| - Плавленый сыр в виде спреда | 11.54 | 13.77 | 90.63 |
| - Другие плавленые сыры | 11.56 | 15.67 | 107.04 |
| Непереработанный сыр | 11.46 | 18.57 | 134.39 |
| - Твердый сыр | 11.46 | 18.64 | 135.06 |
| -- Упакованный твердый сыр | 11.70 | 20.70 | 156.14 |
| -- Неупакованный твердый сыр | 11.13 | 16.03 | 110.33 |
| - Мягкий сыр | 11.39 | 17.56 | 124.57 |
| Сыр | 11.47 | 18.09 | 129.66 |

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

***Таблица 5 Продажи плавленого сыра по типам: стоимость % за 2011-2016***

| % retail value rsp | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Сливочный Сыр | 40.00 | 41.50 | 41.50 | 41.00 | 41.00 | 41.09 |
| Переработанный Сыр | 60.00 | 58.50 | 58.50 | 59.00 | 59.00 | 58.91 |
| Итого | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 |

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

***Таблица 6 акции сыра NBO Company: стоимость % за 2012-2016***

| % retail value rsp | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |
| Гадячсыр ЗАО | 13.73 | 13.88 | 13.90 | 14.31 | 13.99 |
| Ковельмолоко ОАО | 11.68 | 10.23 | 12.49 | 13.38 | 13.51 |
| ФудМастер ОАО | 10.83 | 11.62 | 10.15 | 9.38 | 9.49 |
| Милкиленд Украина ДП | 7.44 | 7.88 | 8.48 | 8.76 | 8.91 |
| Вимм-Билль-Данн Продукты Питания ОАО | 4.46 | 4.57 | 5.32 | 6.29 | 7.06 |
| Молочний Альянс ОАО | 8.72 | 7.71 | 7.59 | 7.32 | 6.85 |
| Лакталис Истра ООО | 5.64 | 6.72 | 6.45 | 5.81 | 5.28 |
| Hochland Russland OOO | 4.43 | 3.82 | 3.43 | 4.38 | 5.01 |
| ТПК Плавич ООО | 4.47 | 4.28 | 4.30 | 4.45 | 4.65 |
| Агропродукт Азия ТОО | 4.24 | 4.38 | 3.97 | 4.25 | 4.24 |
| Валио ООО | 1.44 | 1.48 | 1.55 | 1.62 | 1.64 |
| Bayernland eG | 2.90 | 2.64 | 2.25 | 1.64 | 1.29 |
| DEP TOO | 3.23 | 2.87 | 2.04 | 1.36 | 1.04 |
| Клуб Сыра ООО | 1.57 | 1.37 | 1.20 | 1.00 | 0.73 |
| Arla Foods Amba | 1.32 | 1.12 | 0.82 | 0.61 | 0.48 |
| Молис ООО | 0.65 | 0.59 | 0.48 | 0.26 | 0.18 |
| Другие | 13.26 | 14.83 | 15.56 | 15.18 | 15.64 |
| Итого | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 |

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

***Таблица 7 брендовые акции сыра LBN: стоимость % за 2013-2016***

| % retail value rsp | Company (NBO) | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |
| Гадячсыр (Алмира ТОВ) | Гадячсыр ЗАО | 13.88 | 13.90 | 14.31 | 13.99 |
| Добряна (Милкиленд НВ) | Милкиленд Украина ДП | 7.88 | 8.48 | 8.76 | 8.91 |
| Komo (Continuum Holding) | Ковельмолоко ВАТ | 5.72 | 6.55 | 7.26 | 7.35 |
| Веселый Молочник (PepsiCo Inc) | Вимм-Билль-Данн Продукты Питания ОАО | 4.57 | 5.32 | 6.29 | 7.06 |
| Пирятин | Молочний Альянс ОАО | 7.71 | 7.59 | 7.32 | 6.85 |
| Плавич | ТПК Плавич ООО | 4.28 | 4.30 | 4.45 | 4.65 |
| Président (Lactalis, Groupe) | Лакталис Истра ООО | 5.66 | 5.38 | 4.83 | 4.48 |
| Zvenigorodsky | Ковельмолоко ВАТ | 2.26 | 2.98 | 3.09 | 3.12 |
| Hochland (Hochland SE) | Hochland Russland OOO | 2.55 | 2.33 | 2.72 | 3.09 |
| Российский | Ковельмолоко ВАТ | 2.26 | 2.96 | 3.03 | 3.04 |
| Любимый (Агропродукт Азия ТОО) | Агропродукт Азия ТОО | 2.24 | 2.09 | 2.30 | 2.27 |
| Мумуня (Агропродукт Азия ТОО) | Агропродукт Азия ТОО | 2.13 | 1.88 | 1.95 | 1.97 |
| Тянь-Шань (Lactalis, Groupe) | ФудМастер ОАО | 2.02 | 1.95 | 1.72 | 1.95 |
| Almette (Hochland SE) | Hochland Russland OOO | 1.27 | 1.10 | 1.66 | 1.92 |
| Костромской (Lactalis, Groupe) | ФудМастер ОАО | 2.31 | 2.00 | 1.84 | 1.76 |
| Российский (Lactalis, Groupe) | ФудМастер ОАО | 1.61 | 1.67 | 1.61 | 1.72 |
| Viola | Валио OOO | 1.48 | 1.55 | 1.62 | 1.64 |
| Ленгерский (Lactalis, Groupe) | ФудМастер ОАО | 2.11 | 1.84 | 1.63 | 1.59 |
| Чечил (Lactalis, Groupe) | ФудМастер ОАО | 1.38 | 1.42 | 1.34 | 1.31 |
| Голландский | DEP TOO | 2.87 | 2.04 | 1.36 | 1.04 |
| Кордай (Lactalis, Groupe) | ФудМастер ОАО | 2.08 | 1.14 | 1.12 | 1.04 |
| Клуб Сыра (Monteforte Holding Ltd) | Корпорация Клуб Сыра | 1.37 | 1.20 | 1.00 | 0.73 |
| Тильзит | Bayernland eG | 1.38 | 1.12 | 0.89 | 0.70 |
| Farmi Bayernland | Bayernland eG | 1.26 | 1.12 | 0.75 | 0.59 |
| Puck | Arla Foods Amba | 1.12 | 0.82 | 0.61 | 0.48 |
| Молис | Молис ТОВ | 0.59 | 0.48 | 0.26 | 0.18 |
| Galbani (Lactalis, Groupe) | ФудМастер ОАО | 0.12 | 0.13 | 0.12 | 0.12 |
| Клуб Сыра | Корпорация Клуб Сыра | - | - | - | - |
| Комо (Zakhidna Molochna Group TD TOV) | Ковельмолоко ВАТ | - | - | - | - |
| Веселый Молочник | Вимм-Биль-Данн Продукты Питания OAO | - | - | - | - |
| Другие | Другие | 15.90 | 16.63 | 16.16 | 16.44 |
| Всего | Всего | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 |

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

***Таблица 8 Распределение сыра по формату: стоимость % 2011-2016***

| % retail value rsp | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Розничная продажа основанная на магазинах | 100.00 | 100.00 | 99.95 | 99.90 | 99.87 | 99.76 |
| - Ритейлеры бакалеи | 100.00 | 100.00 | 99.95 | 99.90 | 99.87 | 99.76 |
| -- Современные ритейлеры бакалеи | 19.58 | 20.13 | 19.88 | 19.62 | 19.31 | 18.97 |
| --- Convenience Stores | - | - | - | - | - | - |
| --- Discounters | - | - | - | - | - | - |
| --- Forecourt Retailers | - | - | - | - | - | - |
| --- Гипермаркеты | 9.85 | 10.00 | 10.08 | 10.25 | 10.30 | 10.45 |
| --- Супермаркеты | 9.73 | 10.13 | 9.80 | 9.37 | 9.01 | 8.52 |
| -- Traditional Grocery Retailers | 80.42 | 79.87 | 80.07 | 80.28 | 80.56 | 80.79 |
| --- Food/drink/tobacco specialists | - | - | - | - | - | - |
| --- Independent Small Grocers | 51.58 | 52.04 | 51.90 | 49.63 | 49.52 | 48.80 |
| --- Other Grocery Retailers | 28.84 | 27.83 | 28.17 | 30.65 | 31.04 | 31.99 |
| - Non-Grocery Specialists | - | - | - | - | - | - |
| -- Health and Beauty Specialist Retailers | - | - | - | - | - | - |
| -- Other Foods Non-Grocery Specialists | - | - | - | - | - | - |
| - Mixed Retailers | - | - | - | - | - | - |
| Non-Store Retailing | - | - | 0.05 | 0.10 | 0.13 | 0.24 |
| - Vending | - | - | - | - | - | - |
| - Homeshopping | - | - | - | - | - | - |
| - Internet Retailing | - | - | 0.05 | 0.10 | 0.13 | 0.24 |
| - Direct Selling | - | - | - | - | - | - |
| Итого | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 |

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

***Таблица 9 Прогноз Продаж сыра по категориям: обьем за 2016-2021***

| '000 тонн | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Переработанный сыр | 4.85 | 4.95 | 5.09 | 5.24 | 5.43 | 5.62 |
| - Плавленый сыр в виде спредов | 4.08 | 4.17 | 4.29 | 4.43 | 4.60 | 4.78 |
| - Другие плавленые сыры | 0.77 | 0.78 | 0.80 | 0.81 | 0.83 | 0.84 |
| Непереработанный сыр | 38.64 | 39.34 | 40.19 | 41.18 | 42.26 | 43.41 |
| - Твердый сыр | 36.36 | 37.01 | 37.82 | 38.76 | 39.78 | 40.88 |
| -- Упакованный твердый сыр | 16.72 | 17.12 | 17.62 | 18.17 | 18.73 | 19.30 |
| -- Неупакованный твердый сыр | 19.64 | 19.89 | 20.20 | 20.59 | 21.05 | 21.58 |
| - Мягкий сыр | 2.28 | 2.33 | 2.37 | 2.42 | 2.48 | 2.54 |
| Сыр | 43.49 | 44.29 | 45.28 | 46.43 | 47.68 | 49.04 |

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

***Таблица 10 Прогноз Продаж сыра по категориям: обьем за 2016-2021***

| Миллиард Тенге | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Переработанный сыр | 9.90 | 10.10 | 10.40 | 10.76 | 11.16 | 11.61 |
| - Плавленый сыр в виде спредов | 7.76 | 7.93 | 8.19 | 8.50 | 8.85 | 9.24 |
| - Другие плавленые сыры | 2.14 | 2.17 | 2.21 | 2.26 | 2.31 | 2.37 |
| Непереработанный сыр | 90.17 | 92.02 | 94.37 | 97.10 | 100.13 | 103.31 |
| - Твердый сыр | 84.62 | 86.35 | 88.58 | 91.16 | 94.03 | 97.04 |
| -- Упакованный твердый сыр | 49.79 | 51.03 | 52.62 | 54.45 | 56.38 | 58.26 |
| -- Неупакованный твердый сыр | 34.83 | 35.32 | 35.95 | 36.71 | 37.65 | 38.78 |
| - Мягкий сыр | 5.55 | 5.67 | 5.79 | 5.94 | 6.10 | 6.27 |
| Сыр | 100.06 | 102.13 | 104.77 | 107.86 | 111.29 | 114.93 |

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

***Таблица 11 Прогноз Продаж сыра по категориям: рост объема % 2016-2021***

| % роста обьема | 2016/17 | 2016-21 CAGR | 2016/21 Total |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |
| Переработанный сыр | 2.02 | 2.99 | 15.90 |
| - Плавленый сыр в виде спредов | 2.16 | 3.22 | 17.19 |
| - Другие плавленые сыры | 1.27 | 1.75 | 9.05 |
| Непереработанный сыр | 1.82 | 2.36 | 12.35 |
| - Твердый сыр | 1.80 | 2.37 | 12.43 |
| -- Упакованный твердый сыр | 2.39 | 2.91 | 15.42 |
| -- Неупакованный твердый сыр | 1.31 | 1.90 | 9.89 |
| - Мягкий сыр | 2.06 | 2.12 | 11.05 |
| Сыр | 1.84 | 2.43 | 12.75 |

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

***Таблица 11 Прогноз Продаж сыра по категориям: рост объема в стоимостном измерении % 2016-2021***

| % роста постоянной величины | 2016/17 | 2016-21 CAGR | 2016/21 Total |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |
| Переработанный сыр | 2.02 | 2.99 | 15.90 |
| - Плавленый сыр в виде спредов | 2.16 | 3.22 | 17.19 |
| - Другие плавленые сыры | 1.27 | 1.75 | 9.05 |
| Непереработанный сыр | 1.82 | 2.36 | 12.35 |
| - Твердый сыр | 1.80 | 2.37 | 12.43 |
| -- Упакованный твердый сыр | 2.39 | 2.91 | 15.42 |
| -- Неупакованный твердый сыр | 1.31 | 1.90 | 9.89 |
| - Мягкий сыр | 2.06 | 2.12 | 11.05 |
| Сыр | 1.84 | 2.43 | 12.75 |

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

***Таблица 12 Прогноз Продаж сыра по категориям: рост объема в физическом измерении % 2016-2021***

| % constant value growth | 2016/2017 | 2016-21 CAGR | 2016/21 TOTAL |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |
| Переработанный сыр | 2.10 | 3.25 | 17.33 |
| - Плавленый сыр в виде спредов | 2.28 | 3.56 | 19.14 |
| - Другие плавленые сыры | 1.46 | 2.07 | 10.79 |
| Непереработанный сыр | 2.06 | 2.76 | 14.58 |
| - Твердый сыр | 2.04 | 2.78 | 14.68 |
| -- Упакованный твердый сыр | 2.49 | 3.19 | 17.01 |
| -- Неупакованный твердый сыр | 1.41 | 2.17 | 11.35 |
| - Мягкий сыр | 2.22 | 2.49 | 13.07 |
| Сыр | 2.06 | 2.81 | 14.85 |